

全国 2017 年 4 月高等教育自学考试
公共关系学试题
课程代码:00182

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 公共关系作为一门学科最早产生于

- A. 美国
B. 英国
C. 葡萄牙
D. 荷兰

2. 公共关系对公关人员能力的的最基本要求是

- A. 良好的组织能力
B. 健全的思维和谋划能力
C. 敏锐的观察能力
D. 文字和口头表达能力

3. 对公关人员职业心理最基本的要求是

- A. 热情
B. 开放
C. 创新
D. 自信

4. 广交会的来宾属于

- A. 临时公众
B. 周期公众
C. 内部公众
D. 首要公众

5. 目标公众中最具有权威性的是

- A. 社区公众
B. 顾客公众
C. 媒介公众
D. 政府公众

6. 国际博览会属于
- A. 大型综合展览会 B. 中型展览会
C. 小型展览会 D. 袖珍展览会
7. 大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事务的整体反映被称为
- A. 知觉 B. 映射
C. 思维 D. 反馈
8. 所有流行项目的最显著特征是
- A. 两极性 B. 周期性
C. 时效性 D. 新奇性
9. 被誉为公共关系之父的是
- A. 雷克斯·哈罗 B. 艾维·李
C. 爱德华·伯尼斯 D. 詹姆斯·格鲁尼格
10. 兼具功能上和传播上双重意义的语言,如挥手、跺脚等属于
- A. 物体语言 B. 行动语言
C. 标记语言 D. 模拟语言
11. “人的一切行为,都是为了利益的获取。”这句话出自
- A. 马克思 B. 恩格斯
C. 列宁 D. 毛泽东
12. 运用最多最广泛的公关活动是
- A. 宣传型公关 B. 交际型公关
C. 服务型公关 D. 征询型公关
13. 广告策划的基础是
- A. 市场调查 B. 广告定位
C. 广告创意 D. 广告媒介选择
14. 在营销传播的所有形式中采用同一的颜色、图案及识别符号的方法是
- A. 同一外观法 B. 主题线法
C. 供应面策划法 D. 特设会议法
15. 在 VIS 中,应用最广泛,出现频率最多的要素是
- A. 标准字 B. 标准色
C. 组织造型 D. 标志
16. 美国著名社会学家拉扎斯菲尔德提出的理论是
- A. 5W 理论 B. 把关人理论
C. 两极传播论 D. 3S 论
17. 组织识别系统中最具传播力与感染力的要素是
- A. 理念识别系统 B. 行为识别系统
C. 视觉识别系统 D. 听觉识别系统

18. 属于最佳组织形象管理状态的组织形象地位是
- A. 高知名度/高美誉度 B. 高知名度/低美誉度
C. 低知名度/高美誉度 D. 低知名度/低美誉度
19. 组织危机管理的核心阶段是
- A. 事前管理 B. 事中管理
C. 事后管理 D. 宣传教育
20. 提出“危机经常成为组织的一个转折点”的是
- A. 库姆斯 B. 迈克尔·里杰斯特
C. 格鲁尼格 D. 斯蒂文·芬克

二、多项选择题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 公共关系的观念包括
- A. 形象观念 B. 公众观念
C. 传播观念 D. 服务观念
E. 协调观念
22. 公关公司服务的特点包括
- A. 较为客观公正 B. 技术全面,专业性强
C. 较灵活,适应性强 D. 关系较疏远
E. 运作成本较低
23. 根据组织的价值取向,可将公众划分为
- A. 受欢迎的公众 B. 不受欢迎的公众
C. 被追求的公众 D. 顺意公众
E. 逆意公众
24. 下列各项属于公众共同性的有
- A. 共同的利益 B. 共同的需求
C. 共同的目的 D. 共同的意向
E. 共同的兴趣
25. 影响知觉选择性的主观因素包括
- A. 动机 B. 兴趣
C. 性格 D. 气质
E. 经验知识
26. 态度的特性包括
- A. 社会性 B. 针对性
C. 协调性 D. 稳定性
E. 一元性

27. 影响受传者选择性理解的心理因素包括
- A. 需要
 - B. 态度
 - C. 情绪
 - D. 对比
 - E. 强度
28. 集团头脑风暴的形式包括
- A. 直接头脑风暴法
 - B. 间接头脑风暴法
 - C. 质疑头脑风暴法
 - D. 确信头脑风暴法
 - E. 交互头脑风暴法
29. 新闻发布会的工作环节包括
- A. 确定主题
 - B. 确定邀请对象
 - C. 会前准备
 - D. 主持会议
 - E. 收集反馈信息
30. 构建卓越理论主要依赖的公关模型有
- A. 新闻代理模型
 - B. 公共信息模型
 - C. 双向非对称模型
 - D. 双向对称模型
 - E. 焦点事件模型

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题(本大题共6小题,每小题5分,共30分)

31. 简述网络传播的缺点。
32. 简述赞助活动的实施步骤。
33. 简述弗兰克·杰夫金斯提出的公共关系策划工作法的具体内容。
34. 简述产品定位的客观依据。
35. 简述公关协会的主要活动内容。
36. 简述危机预警机制的内容。

四、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

37. 试述口语传播的优点和弱点。
38. 试述组织形象调查的过程。

五、案例分析题(10 分)

39. 哈尔滨,一个名副其实的“啤酒之城”。啤酒赋予这座城市灵性与豪气,彰显这座城市的魅力与个性。一百多年的城市历史伴随着百年的啤酒文化氛围,打造出城市的节日——中国·哈尔滨国际啤酒节。该啤酒节每年七月份在哈尔滨举行。某啤酒公司连续几年都派出相关人员及产品参加该啤酒节,但并未取得理想的效果。如果你是该公司的公关人员,应该如何做才能在该啤酒节展览会上取得理想的效果?